

2016-2022年中国连锁超市市场竞争态势及十三五 投资定位分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国连锁超市市场竞争态势及十三五投资定位分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/253172253172.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国连锁超市市场竞争态势及十三五投资定位分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

第一部分连锁超市现状分析

第一章2014-2016年中国连锁超市运行环境解析

第一节2014-2016年中国宏观经济环境分析

一中国GDP分析

二消费价格指数分析

三城乡居民收入分析

四社会消费品零售总额

五全社会固定资产投资分析

六进出口总额及增长率分析

七消费者信心指数

八连锁超市业在通货膨胀中稳定增长

九中国下一阶段的经济增长与宏观调控

十宏观经济对商业零售影响

第二节2014-2016年中国节连锁超市政策环境分析

一零售行业政策环境分析

二商业特许经营管理条例

三连锁超市门店管理规范

第三节世界部分国家连锁超市发展经营借鉴

一日本大型综合超市发展分析

二泰国连锁超市发展分析

三英国超市网购业务分析

四美国连锁超市发展分析

第二章2014-2016年中国零售业整体运行态势分析

第一节2014-2016年中国零售业运行概况

一零售业态分类和基本特点

二中国零售业市场规模

三中国连锁零售业数据分析

第二节2014-2016年全国大型零售企业主要商品销售情况分析

一我国消费市场基本情况

二大型零售企业基本情况

三外资零售企业国内发展情况

四国内国际经济环境

五零售业发展的新趋势

第三节2014-2016年中国零售业发展中面临的挑战

第三章2014-2016年中国连锁经营业运行形势分析

第一节2014-2016年中国连锁经营概述

一连锁经营发展历程演进

二连锁经营条件分析

三连锁经营新亮点分析

第二节2014-2016年中国连锁经营经分行业分析

一汽车后连锁经营市场分析

二内衣连锁经营分析

三手机零售商连锁经营分析

四家纺床品连锁经营分析

第三节2014-2016年中国连锁经营的策略分析

一中国连锁经营企业营销分析

二中国连锁业发展趋势分析

第二部分连锁超市市场剖析

第四章2014-2016年中国连锁超市运行新形势透分析

第一节2014-2016年中国连锁超市市场分析综述

一连锁超市进入壁垒分析

二连锁超市的市场特点分析

三连锁超市的通道费分析

四超市消费者购买行为分析

五连锁超市市场绩效分析

第二节2014-2016年中国连锁超市市场剖析

一连锁商业转变经营方式

二超市自有品牌经营分析

三连锁超市安防管理分析

四连锁超市定价参照分析

五中国连锁超市业发展趋势及机会分析

第三节2014-2016年中国电子商务在连锁超市中的应用解析

一连锁超市企业电子商务模式分析

二连锁超市企业发展电子商务问题

三连锁超市企业发展电子商务策略

第五章2014-2016年中国连锁超市业物流运行探析

第一节现代物流对连锁超市的影响

一我国连锁超市的经营现状

二我国连锁超市物流体系现状分析

三我国超市业的物流管理现代化发展分析

第二节2014-2016年中国连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析

一我国零售连锁超市的配送现状

二我国常用配送模式的分析

三我国零售连锁超市的配送对策探讨

四影响连锁超市物流配送因素分析

第三节2014-2016年中国连锁超市物流配送策略分析

一连锁超市物流配送新方法

二连锁超市物流系统竞争力分析

三大型连锁超市中物流配送策略

四连锁超市的逆向物流管理

第六章2014-2016年中国连锁超市区域市场运行动态分析

第一节2014-2016年北京连锁超市运行分析

一北京消费品市场分析

二北京超市顾客满意度分析

三北京本土超市的差异经营

四北京连锁超市进村百姓乐享实惠

五北京零售业竞争力总体水平稳步提高

第二节2014-2016年广东连锁超市市场透析

一广东连锁超市市场现状分析

二广东省连锁超市自有品牌定位影响要素研究

三我省启动农民专业合作社与大型连锁超市对接试点工作

四广东连锁超市的前景与对策分析

第三节2014-2016年上海连锁超市市场分析

一黄金周上海连锁超市销售额分析

二上海大型连锁超市呈现新的增长态势

三上海连锁超市同质化竞争成因与策略分析

四上海连锁超市业迎战外资挑战

五上海连锁超市应对外资挑战策略

第四节其他地区连锁超市发展分析

一江苏省社会消费品零售额分析

二武汉超市高端战愈演愈烈

三山西省大型超市将划分等级

四吉林省大型综合超市快速发展

第三部分连锁超市业竞争态势分析

第七章2014-2016年中国连锁超市业市场竞争新格局分析

第一节2014-2016年中国零售商业竞争新态势的观察与分析

一跨国商业资本战略竞争优势分析

二零售业态的演化分析

三我国零售商业连锁经营模式分析

第二节2014-2016年中国零售业市场竞争分析

一外资进入将加剧零售业竞争

二零售业二三线城市竞争分析

第三节2014-2016年中国连锁超市竞争力分析

一连锁超市的竞争优势

二连锁超市核心竞争力分析

三区域零售业竞争力的实证研究

第四节2014-2016年中国连锁便利店竞争分析

一国内主要便利店及其发展

二连锁便利店的特点和优势

三经营连锁便利店需要注意的问题

第五节2016-2022年中国连锁超市业市场竞争趋势探析

第八章2014-2016年跨国零售企业中国市场竞争分析

第一节2014-2016年跨国零售企业在华扩张的业态选择

一跨国零售企业在华业态发展状况

二跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因

三我国应对跨国零售企业的策略分析

第二节2014-2016年外资零售企业在中国市场的竞争与动态

一外资零售企业竞争力分析

二外资零售企业零售商业分析

三外资零售企业对中国零售的影响分析

第九章2014-2016年中国连锁超市竞争策略分析

第一节本土超市应对外来竞争策略分析

一价格领先

二差异化竞争

第二节提升我国零售企业核心竞争力的策略选择

一中国零售企业所面临的环境

二国际竞争中我国零售企业的优势与劣势

三零售业核心竞争力的分析

四提升中国零售业核心竞争力的发展策略

第三节超市合并扩张策略

一成本对比首先受到重视

二配送和跨区域服务能力面临考验

三被抛弃的代理商

第四节中小连锁超市的优劣势与对策

一中小企业在组织上的特征分析

二中小连锁超市的优劣势分析

三中小超市企业发展中的对策

第十章2014-2016年连锁超市国际主体企业在华市场运行分析

第一节沃尔玛

一公司概况

二公司动态分析

三公司在中国的政策性壁垒

四公司市场再定位策略

五沃尔玛激励经营策略

第二节家乐福

一公司概况

二公司动态分析

三企业竞争力分析

四企业未来发展战略分析

第三节麦德龙

一公司概况

二公司经营理念

三公司超市的基本特点

四公司仓储式超市的营销策略

第四节卜蜂莲花

一公司概况

二卜蜂莲花发展动态

三卜蜂莲花发展前景

第十一章2014-2016年中国连锁超市主体企业在华市场运营状况分析

第一节华润万家

一公司概况

二公司动态分析

三华润万家竞争力分析

四企业未来发展战略分析

第二节北京华联集团投资控股有限公司

一公司基本情况概述

二2014-2016年公司成长性分析

三2014-2016年公司财务能力分析

四2014-2016年公司偿债能力分析

五2014-2016年公司现金流量分析表

六2014-2016年公司经营能力分析

七2014-2016年公司盈利能力分析

第三节苏果超市

一公司简介

二公司经营之道

三解读公司突出成就

四公司经营情况分析

五公司发展计划

第四节步步高商业连锁股份有限公司

一企业概况

二企业主要经济指标分析

三企业盈利能力分析

四企业偿债能力分析

五企业运营能力分析

六企业成长能力分析

第五节上海百联（集团）有限公司

一公司基本情况概述

二2014-2016年公司成长性分析

三2014-2016年公司财务能力分析

四2014-2016年公司偿债能力分析

五2014-2016年公司现金流量分析表

六2014-2016年公司经营能力分析

七2014-2016年公司盈利能力分析

第六节大商集团有限公司

一公司基本情况概述

二2014-2016年公司成长性分析

三2014-2016年公司财务能力分析

四2014-2016年公司偿债能力分析

五2014-2016年公司现金流量分析表

六2014-2016年公司经营能力分析

七2014-2016年公司盈利能力分析

第五部分连锁超市业前景预测与投资战略研究

第十二章2016-2022年中国连锁超市经营战略分析

第一节国内外大型超市经营模式对比及启示

一国内外大型超市发展现状

二国内外大型超市经营模式对比

三本土大型超市发展的经营启示

第二节2016-2022年中国连锁超市的营销策略分析

一连锁超市赢利模式分析

二国内连锁超市发展四策略

三连锁超市管理的策略分析

四建设乡镇连锁超市策略分析

第三节2016-2022年中国连锁超市企业供应链管理对策

一我国连锁超市供应链管理主要问题分析

二我国连锁超市供应链管理对策分析

第四节客户关系管理在零售超市服务中应用研究

一客户关系管理的内涵分析

二超市实施客户关系管理的必要性

三超市成功实施客户关系管理的策略分析

第五节超市成功促销策略

一超级市场的会员制促销

二超级市场的折扣促销

三超级市场的广告促销

四超级市场的节日促销

五超级市场的网络促销

第十三章2016-2022年中国连锁超市业趋势预测分析

第一节2016-2022年全球条件下我国超市发展趋势

一经营理念的发展趋势

二超市定位的发展趋势

三经营方式的发展趋势

第二节2016-2022年中国连锁超市发展趋势分析

一中国连锁业发展展望

二大型超市小型化趋势

三超市的细分和规范趋势

四连锁超市的并购趋势

五“扩张”与“转型”趋势

六生鲜超市的发展趋势

第三节2016-2022年中国农村连锁超市预测分析

一行政村农村连锁超市发展情景

二农村连锁超市物流成本对策分析

图表目录

图表12014-2016年2季我国GDP统计表

图表22014-2016年2季度消费价格指数分析

图表32014-2016年2季度城乡居民价格指数分析

图表42014-2016年2季社会消费品零售总额

图表52014-2016年2季度我国城镇固定资产投资

图表62014-2016年2季度进出口总额及增长率分析

图表72014-2016年2季度消费者信心指数

图表8无店铺零售业态分类和基本特点

图表92014-2016年2季社会消费品零售总额

图表102016-2022年中国百货连锁销售收入分析及预测

图表112014-2016年2季度我国连锁超市市场绩效分析

图表12区域零售业竞争力评价指标体系

图表13我国各地区超高数量占超高总数的百分比

图表142014-2016年2季度华联综超成长能力分析

图表152014-2016年2季度华联综超财务能力分析
图表162014-2016年2季度华联综超偿债能力分析
图表172014-2016年2季度华联综超现金流浪分析
图表182014-2016年2季度华联综超经营能力分析
图表192014-2016年2季度华联综超盈利能力分析
图表202014-2016年2季度步步高主要经济指标分析
图表212014-2016年2季度步步高盈利能力分析
图表222014-2016年2季度步步高偿债能力分析
图表232014-2016年2季度步步高运营能力分析
图表242014-2016年2季度步步高成长能力分析
图表252014-2016年2季度百联股份成长能力分析
图表262014-2016年2季度百联股份财务能力分析
图表272014-2016年2季度百联股份偿债能力分析
图表282014-2016年2季度百联股份现金流量分析
图表292014-2016年2季度百联股份经营能力分析
图表302014-2016年2季度百联股份盈利能力分析
图表312014-2016年2季度大商股份成长能力分析
图表322014-2016年2季度大商股份财务能力分析
图表332014-2016年2季度大商股份偿债能力分析
图表342014-2016年2季度大商股份现金流量分析
图表352014-2016年2季度大商股份经营能力分析
图表362014-2016年2季度大商股份盈利能力分析
(GYYS)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/253172253172.html>